



---

## Jovens Rurbanos: Consumo Midiático no “Brasil Profundo”<sup>1</sup>

Nilda Jacks<sup>2</sup>

Mariângela M. Toaldo<sup>3</sup>

Jane A. Marques<sup>4</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Universidade de São Paulo

### Resumo

Apresentam-se aspectos de uma pesquisa que investiga práticas de consumo midiático de jovens que vivem em zonas rurbanas. Os dados são de cunho etnográfico, cujo objetivo é tentar compreender as relações de alguns segmentos juvenis com os recursos midiáticos, em especial suas práticas nas redes sociais digitais. A observação e o levantamento de informação foram realizados em quatro municípios do estado do Rio Grande do Sul/Brasil. Abordamos jovens urbanos, rurais, pesqueiros e quilombolas, de ambos os sexos, entre 18 e 24 anos, sem definição prévia de camadas sociais e grau de instrução. Como resultados parciais, elencamos algumas características do jovem rurbano, suas atividades de lazer, práticas em relação à posse e a usos midiáticos.

**Palavras-chave:** Jovem, consumo midiático, rurbanidade

### 1. Introdução

O “*Brasil Profundo*” é o escopo territorial da pesquisa<sup>5</sup> que investiga práticas de consumo midiático de jovens que vivem em zonas distantes das regiões metropolitanas e pertencem a grupos sociais específicos<sup>6</sup>. Os dados reportados aqui são de cunho etnográfico, e tem o objetivo de tentar compreender as relações de segmentos juvenis com os recursos midiáticos. A observação e o levantamento de dados foram realizados em Itati, Pedras Altas, Porto Vera Cruz e Turuçu, municípios do sul do Brasil, em agosto de 2017, através de questionários e entrevistas estruturadas. Abordamos jovens urbanos,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP América Latina, Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais, inserido na Divisão Temática 7 - Comunicação, Espaço e Cidadania, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora do PPG em Comunicação da Fabcio/UFRGS, e-mail: [njacks@terra.com.br](mailto:njacks@terra.com.br)

<sup>3</sup> Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Fabcio/UFRGS, e-mail: [mariangela.toaldo@ufrgs.br](mailto:mariangela.toaldo@ufrgs.br)

<sup>4</sup> Professora Livre Docente da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, e-mail: [janemarq@usp.br](mailto:janemarq@usp.br)

<sup>5</sup> *Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência (segunda etapa): o Brasil Profundo*. Desenvolvida nas seguintes instituições: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Pará e Universidade Federal de Sergipe, com financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)/PROCAD.

<sup>6</sup> Cada equipe identificará os segmentos mais importantes para suas realidades regionais.

rurais, pesqueiros e quilombolas<sup>7</sup>, de ambos os sexos, entre 18 e 24 anos, sem definição prévia de camadas sociais e grau de instrução.

A expressão “Brasil Profundo” é inspirada em Bonfil Batalla (1990) que escreveu o clássico “México Profundo”, no qual analisa a civilização mexicana composta pela cultura indígena e a ocidental. Para o autor, o “México Profundo” é a civilização negada, formada por uma diversidade de culturas, comunidades, setores sociais que constituem a maioria da população daquele país.

Brasil e México, embora compartilhem de um mesmo processo colonialista, seus indígenas não têm a mesma história, pois os níveis civilizatórios eram diferentes. Portanto, a expressão foi adotada como um mote para adentrar o Brasil, no intento de conhecer a realidade dos jovens interioranos<sup>8</sup> e que pertencem a segmentos sociais específicos.

A noção de “Brasil Profundo” denomina, pelo menos parcialmente, contextos para pensar as realidades onde os segmentos juvenis têm experiências e vivências interseccionadas. Tratam-se da rurbanidade - entendida por características comuns às áreas rurais presentes nas áreas urbanas e vice-versa, que ao se aproximarem produzem algo diferente e ao mesmo tempo comum entre elas, que resultam em outras sociabilidades e experiências culturais (Cimadevilla & Carniglia, 2009; Cimadevilla, 2010); e do conceito de rural adjacente<sup>9</sup>, usado para classificar zonas próximas a municípios urbanos (IBGE, 2017)<sup>10</sup>.

A proximidade entre as zonas rurais e os pequenos municípios estabelece uma interação de mão dupla, tramando contextos que se misturam e se modificam mutuamente. É a adjacência que favorece a rurbanização, processo em que o urbano e o rural se misturam, alimentado pelo “princípio dialético de interpenetração de contrários [que] permite enfocar dicotomias que se entrecem para dar lugar a outras categorizações” (Cimadevilla & Carniglia, 2009, 11).

Cimadevilla & Carniglia (2009) conjugam a noção de rurbanidade às mediações *barberianas* (Martín-Barbero, 2004), pois constitui-se de um fenômeno

<sup>7</sup> Quilombolas são habitantes de comunidades negras formadas por descendentes de escravos fugitivos, que vivem, na sua maioria, da agricultura de subsistência em terras doadas, compradas ou ocupadas há tempo.

<sup>8</sup> Na fase anterior estudamos as experiências dos jovens urbanos, residentes nas capitais dos 26 estados brasileiros, além do Distrito Federal (Jacks et al., 2015), levantando dados sobre o consumo midiático, tradicional e digital (Jacks & Schmitz, 2016).

<sup>9</sup> No Rio Grande do Sul são 341 municípios.

<sup>10</sup> As outras classificações são: Intermediário Adjacente, Intermediário Remoto, Rural Remoto e Urbano.

sociocomunicacional. Nisso se incluem os dispositivos tecnológicos e de redes sociais digitais que hoje compõem os cenários em questão. A tecnologia torna-se mediadora das inter-relações que se estabelecem, contribuindo para a manutenção de vínculos e costumes que colaboram para a sustentabilidade cultural dos contextos de vivências (Martín-Barbero, 2010).

## **2. Juventude e Aspectos Rurbanos**

A concepção de juventude que adotamos parte de um espectro amplo que considera a impossibilidade de associá-la a uma definição única, relacionada a um período temporal. Destacamos algumas variáveis dos contextos histórico-culturais que condicionam a noção de juventude, entre elas: geração na qual o indivíduo é socializado, gênero, condição familiar, coresidência familiar e o adiamento nos ritos de passagem e instituições a que pertence (Pappámikail, 2012; Margulis & Urresti, 2008).

Partimos da concepção de que existe um momento na vida que dispõe de um crédito temporal, denominado por Margulis e Urresti (2008, 20-21) como “moratória vital” ou “capital temporal”. A condição física dos sujeitos os inclui na esfera juvenil, a qual se reflete tanto no corpo, na disposição de energia, na capacidade produtiva, em sentimento de invulnerabilidade em função da distância da morte, em anseios, emoções, experiências e signos usados.

Por outro lado, questionamos a possibilidade do indivíduo vivenciar de fato esses aspectos em função de condições socioculturais. Em especial, Margulis e Urresti (2008) ressaltam a questão da moratória social, que concederia ao jovem uma situação financeira e social para prover oportunidades de estudar, de aproveitar o tempo livre, de postergar suas preocupações com as responsabilidades referentes ao trabalho e à vida em família. Segundo os autores, podemos diferenciar os jovens dos não jovens pela “moratória vital”, e os sociais e culturalmente juvenis dos não juvenis em função da “moratória social”: “terá mais possibilidade de ser jovem todo aquele que possua esse capital temporal como condição geral” (Margulis & Urresti, 2008, 20), e garantia de exercer o que lhes seria próprio nessa fase da vida, explorando uma infinidade de opções e gozá-las despreocupadamente, exteriorizando o que se conformou como os signos da juventude, os que dispõem da moratória social. Nesse caso, jovens não juvenis antecipam responsabilidades da fase adulta pelo fato de precisarem se autossustentar, participar da economia doméstica ou constituírem família cedo, entre outros fatores.

---

No que se refere à vivência da moratória vital, consideramos que os jovens habitam especialmente o mundo “del grupo de pares”. É fundamental para eles se identificarem com outros da sua geração e compartilhar suas experiências com eles. “Un sujeto tanto más formado cuanto más densa y fuerte sea la trama de las interacciones que mantiene con otros sujetos” (Martín-Barbero, Feixa, & Figueras-Mas, 2017, 23).

Nesse contexto, a tecnicidade, “la técnica que hace sistema com todas las otras relaciones” (Martín-Barbero, Feixa, & Figueras-Mas, 2017, 24), ocupa papel estruturante, não mais apenas instrumental para o desenvolvimento da sociabilidade dos jovens entre si, com seus vínculos familiares e suas demais interações. A intensidade com que a mediação tecnológica é utilizada pelos jovens promove uma mudança referente ao lugar da cultura na sociedade. As trocas propiciadas, a constituição de relações e laços, o consumo e a produção de conteúdos, no âmbito da tecnicidade, possibilitam a formação de um capital cultural proveniente de origens diversas (Martín-Barbero, Feixa, & Figueras-Mas, 2017). Trata-se de um capital cultural engendrado a partir de “nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras” (Martín-Barbero, Feixa, & Figueras-Mas, 2017, 25). Martín-Barbero enfatiza as novas sensibilidades que decorrem do ecossistema comunicativo que se forma a partir da tecnologia, com a qual os jovens estabelecem íntima e intensa relação cognitiva e expressiva. Para o autor, essas novas sensibilidades abarcam um complexo de novas formas de fazer que (re)configuram o ser jovem contemporâneo, envolvendo a todos, independentemente de suas possibilidades de usufruir sua condição juvenil. São vidas mediadas pela tecnologia cujas definições de suas identidades culturais passam significativa e preponderantemente pelas conexões que desenvolvem via seus dispositivos e aparatos tecnológicos.

Neste estudo, além dos diferentes aspectos anteriormente apontados que contribuem na compreensão das juventudes contemporâneas, consideramos ainda as características de rurbanidade, independente do espaço geográfico que habitam (urbanos, rurais, pesqueiros e quilombolas), uma vez que compartilham de vivências comuns a toda a comunidade local.

---

### **3. Jovens Rurbanos e Algumas Práticas**

Apesar de apresentarmos nas tabelas a seguir os dados gerais e por cidade, enfatizaremos principalmente os primeiros, porque ficou evidenciada muitas similaridades. Dentre os 94 jovens<sup>11</sup> que responderam o questionário (tabela 1), há equilíbrio entre os sexos; e em relação à idade, a faixa mais ampla foi entre 18 e 19 anos, seguida pelos que possuem 21 anos, considerando certas variações entre as cidades a que pertencem.

Quanto ao nível de escolaridade, a maioria dos respondentes têm no mínimo ensino médio incompleto, explicado pelo fato dos questionários terem sido aplicados em escolas locais. Outro fator, é que pouco mais da metade afirmou pertencer à religião católica, seguido pelos evangélicos (18 respondentes). Na cidade de Porto Vera Cruz os respondentes na sua maior parte (21) mencionam a religião católica.

---

<sup>11</sup> O protocolo estabelecia 25 jovens em cada cidade, no entanto obtivemos apenas 94 questionários completos e validados (tabela 1), que apresentam os dados sociodemográficos dos respondentes. O questionário era de autopreenchimento, motivo para algumas questões não serem respondidas por todos os participantes.

**Tabela 1 – Dados sociodemográficos dos respondentes por cidade**

Cidade	Total	Itati	Pedras Altas	Porto Vera Cruz	Turuçu
Dados sociodemográficos	(n= 94)	(n= 25)	(n= 18)	(n= 25)	(n= 26)
<b>Gênero:</b>					
Feminino	45	13	9	10	13
Masculino	49	12	9	15	13
<b>Idade:</b>					
18 anos	21	-	11	10	-
19 anos	34	23	2	4	5
20 anos	8	-	1	2	5
21 anos	12	1	2	3	6
22 anos	6	1	1	2	2
23 anos	5	-	-	-	5
24 anos	4	-	1	1	2
25 anos	4	-	-	3	1
<b>Escolaridade:</b>					
Não estudou	1	1	-	-	-
Ensino Fundamental incompleto	19	13	3	1	2
Ensino Fundamental completo	1	-	1	-	-
Ensino Médio incompleto	42	11	9	12	10
Ensino Médio completo	11	-	3	4	4
Ensino Superior incompleto	16	-	1	8	7
Ensino Superior completo	3	-	-	-	3
Pós-graduação	1	-	1	-	-
<b>Religião:</b>					
Católico	48	12	7	21	8
Evangélicos (neo)pentecostal	18	6	-	2	10
Protestante	7	4	-	-	3
Espírita	3	-	3	-	-
Sem religião	11	2	6	1	2
Outro	7	1	2	1	3

A maioria dos respondentes mora com os pais ou familiares (tabela 2). Turuçu é o município que apresentou maior número de jovens em situação de coabitação com namorados(as) ou companheiros(as). Destacamos, ainda, há jovens que residem sozinhos, embora seja apenas um caso em duas cidades.

**Tabela 2 – Com quem os respondentes residem**

Cidade	Total	Itati	Pedras Altas	Porto Vera Cruz	Turuçu
Com que reside	(n= 94)	(n= 25)	(n= 18)	(n= 25)	(n= 26)
Com os pais e familiares	72	24	12	20	16
Apenas com outros familiares (tios, avós, primos)	3	-	1	1	1
Sozinho(a)	2	-	1	1	-
Com a namorada(o)/ companheira(o)/ esposa(o)	11	1	2	2	6
Com amigos / Em república	2	-	1	-	1
Outro	4	-	1	1	2

A situação socioeconômica (tabela 3) do respondente é analisada de acordo com a ocupação profissional<sup>12</sup>. Dos 76 jovens que responderam a essa questão, parte significativa não trabalha (27 casos), pois a maioria dos entrevistados ainda estuda. Cabe destacar que por se tratar de cidades rurais adjacentes (IBGE, 2017), não há muitas opções de trabalho para os jovens, o que resulta em alguns com nível técnico ou superior atuando nas áreas de comércio e serviços. Há respondentes atuando também como servente de obras, auxiliar de serviços gerais, faxineiro, caixa de supermercado, etc.

**Tabela 3 – Ocupação dos respondentes**

Ocupação	Total (n= 76)
Não trabalha	27
Gerente de loja, trabalhador com nível técnico ou superior do comércio e de serviços, funcionário	12
Professor do ensino básico, trabalhador de escritório, etc.	1
Profissional liberal, médico, engenheiro, dentista, professor universitário, grande proprietário rural	2
Trabalhador manual qualificado (metalúrgico, mecânico, etc.)	5
Servente de obras, auxiliar de serviços gerais, faxineiro, caixa de supermercado, etc.	8
Trabalhador agrícola (não proprietário ou arrendatário)	2
Pequeno ou médio proprietário ou arrendatário rural (menos de 100 hectares)	1
Empreendedor sem empregados (autônomo, taxista, manicure, etc.)	3
Empreendedor com empregados (dono de pequeno comércio, empreiteiro de obras, etc.)	1
Outras	14

Notamos, assim, que a proporção dos jovens que trabalha é relevante se considerarmos o conceito de moratória social (Margulis & Urresti, 2008), ou seja, esses

<sup>12</sup> Classificada com o “modelo EGP de estratificação social” (Carvalhoes, 2015).

respondentes assumem compromissos profissionais e com a vida em família que podem privá-los de tempo livre para estudos e até mesmo para o lazer, aspecto que será abordado a seguir.

### **3.1 Práticas de Lazer**

Ao mencionarem as atividades de lazer (tabela 4), as mais citadas (ao menos às vezes/de vez em quando) estão relacionadas à mídia: navegar na internet, ouvir música, mesmo que na internet e assistir à televisão. Assistir TV é uma prática comum entre os jovens estudados, embora não seja a mais importante, especialmente porque apenas 16 mencionaram que “sempre assistem”, enquanto navegar na internet recebeu 51 menções por parte dos que “sempre fazem/praticam”.

Outras atividades também consideradas como lazer é ir na casa de amigos e/ou namorado(a) e de parentes, passear a pé, passear de carro e praticar esportes/exercícios. As duas últimas não implicam em se fazer em companhia de outra pessoa, o que indica a preferência pelas atividades que mantém com os contatos pessoais. Algumas atividades não são consideradas pelos jovens por não terem essas opções na cidade em que residem, como teatro, *lan house* e cinema.



**Tabela 4 – Frequência com que faz/pratica cada tipo de lazer**

Frequência que faz/ pratica	n	Nunca, porque não tem na cidade/ Não se aplica	Nunca, porque não gosto	Às vezes/ De vez em quando	Sempre
<b>Práticas de lazer</b>					
Assistir à TV	82	1	2	63	16
Ouvir música (mesmo que na Internet)	80	1	1	41	37
Navegar na internet	76	2		23	51
Ler jornal (mesmo que na Internet)	83	1	26	54	2
Ler revista (mesmo que na Internet)	83	1	45	33	4
Ler livros	81	-	9	51	21
Ir ao cinema	85	41	9	32	3
Ir ao teatro	85	57	13	13	2
Ver filmes (baixados, “piratas”, compartilhados, etc.)	82	1	19	41	21
Ir na casa dos amigos/ namorado(a)	84	-	3	45	36
Ir na casa de parentes	84	1	5	57	21
Ir na escola/ faculdade/ universidade	77	6	3	4	64
Ir a praças / parques públicos	85	7	11	57	10
Ir a centros culturais	84	40	21	22	1
Ir a estádios/campo de futebol	83	31	15	30	7
Ir a <i>lan house</i>	85	47	24	13	1
Ir ao CTG – Centro de Tradições Gaúchas	84	16	21	37	10
Ir ao clube	84	37	17	29	1
Ir a festas/ bailes	85	2	10	54	19
Ir a bares/ restaurantes/ cafés	81	4	5	60	12
Ir a igreja/ celebrações/ festas religiosas	84	2	23	49	10
Passear de carro	86	5	5	52	24
Sair para passear a pé	81	-	5	50	26
Praticar esportes/ exercícios	81	2	5	38	36
Jogar <i>games</i> no computador/ celular/ <i>tablete</i>	84	2	24	35	23
Jogar no <i>videogame</i> (console)	82	6	36	33	7
Jogar cartas, bocha, xadrez, dominó, etc.	85	4	20	53	8
Cozinhar	83	-	9	44	30
Sestear/ Tirar uma soneca	80	2	17	35	26
Ficar em casa / não fazer nada	82	2	25	43	12

### 3.2 Posse e Usos Midiáticos

Observamos que, em média, os jovens entrevistados têm ao menos um aparelho de TV digital, um de TV analógica e um aparelho de rádio em casa (tabela 5). No entanto, é a televisão que mantém as maiores frequências de assistência (“ao menos uma vez por dia”): 43 dos respondentes que possuem TV digital e 35 dos que mencionaram ter TV analógica.

Revistas e jornais impressos apresentaram os menores indicadores, isto é, os que responderam a essa questão não costumam acessá-los, o que evidencia não terem frequência. E próximo desses resultados aparece o acesso às revistas *online*. Embora o

jornal impresso tenha tido poucas menções, destacamos que esta mídia foi citada por 16 respondentes e o jornal *online* teve 17 respondentes que o acessam ao menos uma vez por dia.

**Tabela 5 – Posse e frequência com que utiliza meio de comunicação**

Posse/Frequência que costuma utilizar	n	Várias vezes ao dia	1 vez ao dia	Às vezes/ Menos de 1 vez por dia	Apenas aos finais de semana	Nunca
<b>Meios de Comunicação</b>						
TV analógica	64	22	13	10	7	12
TV digital	70	30	13	13	8	7
Rádio (em casa)	67	15	9	23	9	12
Jornal impresso	45	1	15	6	6	17
Revista impressa	42	-	4	9	4	26
Jornal <i>online</i>	47	4	13	13	5	12
Revista <i>online</i>	45	4	4	12	3	22

Em termos de acesso às redes digitais (tabela 6), as mais utilizadas são o WhatsApp e o Facebook. A primeira teve 64 respostas dos que a acessam “várias vezes ao dia” e se considerarmos os que a acessam “no mínimo 2 a 3 vezes por dia” esse número atinge 70 menções. Da mesma forma, o Facebook foi citado por 45 dos que o acessam várias vezes por dia, e um total de 60 respondentes o acessam ao menos 2 a 3 vezes ao dia.

Em seguida, destacam-se os aplicativos que permitem acesso a vídeos, como YouTube, Vimeo, Netflix, etc. que tiveram 38 menções que os acessam “ao menos 2 a 3 vezes por dia”. Em seguida, tem-se o uso do Instagram ou similar e o uso de *e-mails*, citados por 25 respondentes cada um, dos que os acessam “ao menos de 2 a 3 vezes por dia”.

Com esses resultados, notamos que a internet possibilita as interações de relacionamento mais próximas, seguidas das atividades de entretenimento como a assistência de vídeos.

Os tipos de acesso menos citados pelos jovens participantes foram Pinterest, seguida de Foursquare / Swarm, aplicativos de relacionamentos, como Tinder, Badoo, Happn, Grindr, etc. e o Tumblrs.

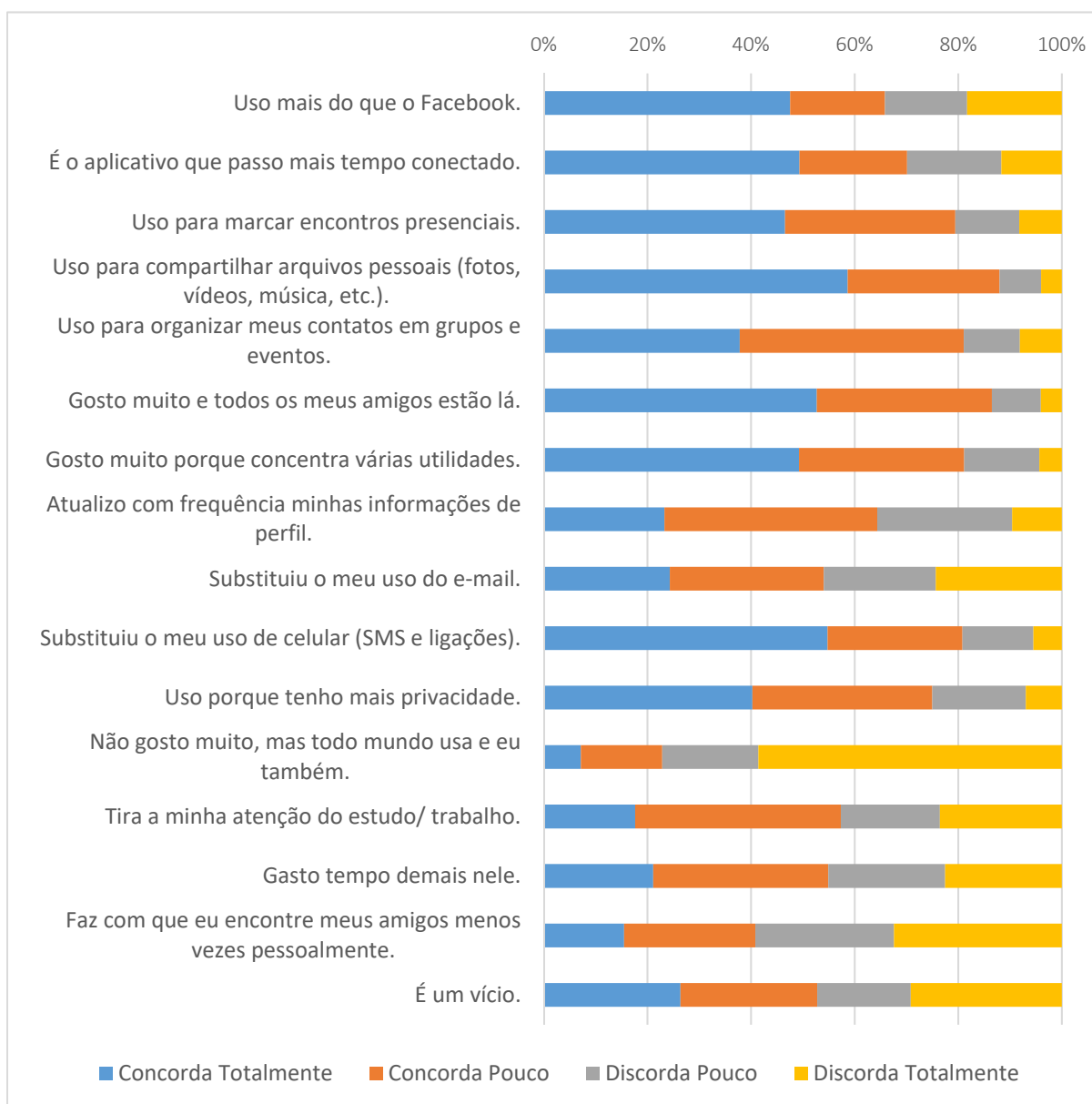
**Tabela 6 – Frequência com que acessa na internet**

<b>Frequência que acessa na internet</b>	<b>n</b>	<b>Não acessa</b>	<b>Às vezes / Não acessa diariamente</b>	<b>1 vez por dia</b>	<b>2 a 3 vezes por dia</b>	<b>Várias vezes ao dia</b>
<b>Tipos de Acesso</b>						
<i>E-mail</i>	74	11	28	10	2	23
<i>Blogs</i>	72	55	14	0	1	2
Tumblrs	72	60	9	1	0	2
Facebook	84	9	11	4	15	45
Twitter	74	45	13	3	6	7
Instagram ou similar	73	27	17	4	5	20
Foursquare / Swarm	74	71	1	0	0	2
Pinterest	74	66	5	0	3	0
WhatsApp	82	6	5	1	6	64
Snapchat	69	46	8	1	7	7
Outros bate-papos de comunicação instantânea (Hangouts, Skype, Messenger e similares)	77	40	15	6	7	9
Aplicativos de relacionamentos (Tinder, Badoo, Happn, Grindr, etc.)	72	64	5	1	2	0
Vídeos (YouTube, Vimeo, Netflix, etc.)	79	3	25	13	15	23
Portais de notícia (G1, R7, ClicRBS, UOL, etc.)	72	38	21	6	3	4
Portais/Sites institucionais (empresas, emissoras etc.)	69	50	13	2	1	3
Jogos/ <i>games</i>	80	36	16	9	5	14
Consoles de <i>games</i> (Playstation, Xbox etc.)	75	48	16	5	4	2
Sites para baixar de conteúdos (fazer <i>download</i> )	74	23	32	6	3	10

Considerando que o WhatsApp e o Facebook foram os mais citados, apresentamos, a seguir (figuras 1 e 2), as percepções específicas dos respondentes em relação a essas redes sociais<sup>13</sup>. Em relação ao WhatsApp, há maior tendência de concordância – total e parcial – com as afirmações apresentadas. Duas afirmações tiveram mais discordâncias (“Faz com que eu encontre meus amigos menos vezes pessoalmente” e “Não gosto muito, mas todo mundo usa e eu também”), o que demonstra que o aplicativo é só mais uma forma de aproximar os contatos.

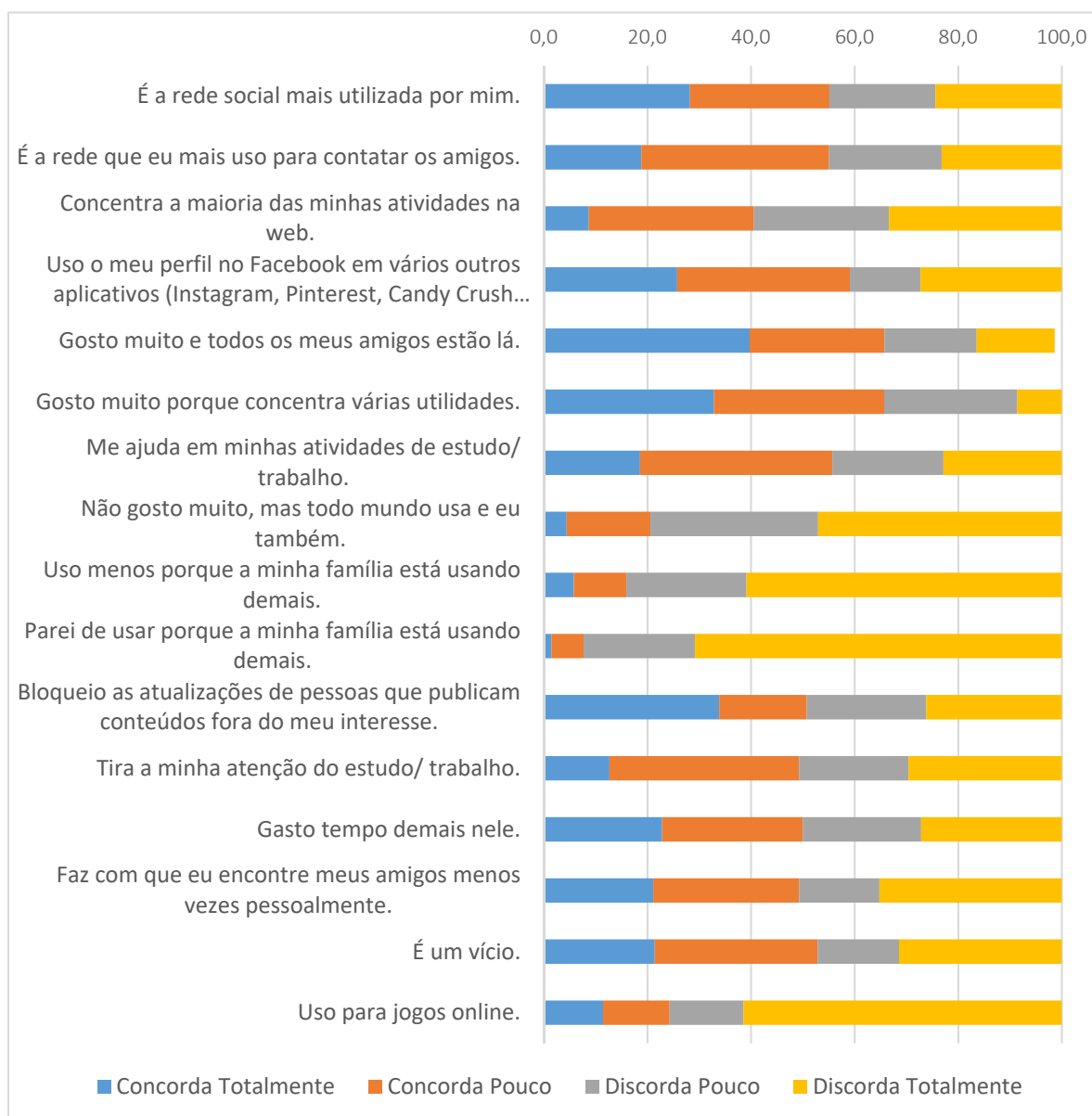
<sup>13</sup> Essas questões foram construídas com escala Likert de quatro pontos possíveis (de concordância total a discordância total) e foram respondidas por um número que varia entre 65 e 82 participantes.

**Figura 1 – Percepções dos respondentes sobre o WhatsApp**



Sobre o Facebook (figura 2) houve distribuição relativamente equilibrada entre as concordâncias e discordâncias (totais e parciais), com exceção das respostas sobre limitações do uso pela presença da família nessa rede social – “Uso menos porque a minha família está usando demais” e “Parei de usar porque a minha família está usando demais”. Três quartos dos respondentes também discordam da utilização do Facebook para jogos *online*.

**Figura 2 – Percepções dos respondentes sobre o Facebook**



Temos, assim, um indicador que avalia o quanto a vida dos jovens é impactada tanto pelo WhatsApp quanto pelo Facebook<sup>14</sup>. No primeiro caso<sup>15</sup> o impacto foi entre médio e alto e no segundo<sup>16</sup> entre moderado e médio, com vários casos de impacto muito pequeno ou mesmo nulo.

<sup>14</sup> Aplicamos o teste alpha de Cronbach, que varia de 0 a 1 e indica o grau de coerência interna (se as questões dão resultados muito diferentes, há pouca coerência interna, enquanto que respostas parecidas indicam maior coerência interna).

<sup>15</sup> Para a escala sobre o impacto do WhatsApp, o alpha de Cronbach deu um resultado de 0,837, portanto bastante superior ao valor mínimo necessário.

<sup>16</sup> O teste sobre a escala que mede o impacto do Facebook indicou um valor de 0,805 também superior ao mínimo exigido.

---

## Considerações Finais

Como os respondentes residem em municípios considerados rurais adjacentes (IBGE, 2017), vivenciam contextos rurbanos, onde características do meio rural e do urbano se aproximam (Cimadevilla & Carniglia, 2009) e se mesclam.

Por essa razão, esses jovens possuem vivências comuns em vários aspectos, independente das diferenças de segmentos a que pertencem, das cidades onde residem e de seus locais de moradia. Uma delas é a condição familiar, pois a maioria reside com os pais, situação comum para essa fase da vida (Pappámikail, 2012; Margulis & Urresti, 2008), mas uma contingência para quem mora no interior, em municípios que não garantem a sobrevivência mínima para jovens que estão estudando ou iniciando sua vida profissional.

Em termos da sociabilidade, utilizam os aparatos tecnológicos e as redes sociais para estarem ainda mais próximos e em constante convivência. Estar juntos faz a diferença, ou seja, a sociabilidade é muito importante para eles. Foi possível constatar fenômenos sociocomunicacionais ampliados pelas tecnologias, como é o caso das redes sociais digitais que reforçam as inter-relações pessoais (Martín-Barbero, 2010) e permitem sua conexão com o que acontece em contextos mais amplos – cidade, estado, país, mundo. Independentemente do lugar em que os jovens habitam – rural, urbano ou rurbarno –, percebemos que a tecnologia se torna uma dimensão constitutiva das mudanças socioculturais (Martín-Barbero, Feixa, & Figueras-Mas, 2017).

É pela mediação tecnológica que novas “sensibilidades” (Martín-Barbero, Feixa, & Figueras-Mas, 2017) são constituídas, as quais promovem formas diferentes de ser e de fazer, alterando tradições, reconfigurando o modo de ser jovem contemporaneamente. Essa reconfiguração pode ser percebida na busca e aquisição de informações inacessíveis presencialmente, na manutenção e na constituição de relações, na possibilidade de participação por meio da produção de conteúdo digital, no acesso ao entretenimento – ouvir música, jogar, assistir filmes e vídeos –, ainda que a oferta cultural do município não o promova.

Os jovens rurbanos que entrevistamos desenvolvem práticas e usos midiáticos semelhantes a de jovens metropolitanos (Jacks & Schmitz, 2016), assim como usufruem dos benefícios que a mediação tecnológica lhes oferece, em especial para suprir a limitação de recursos informacionais, culturais e comunicacionais que a condição do contexto local lhes impõe.

Mesmo assim, a maior parte deles não demonstra um apego exagerado ou vício tecnológico. Pudemos observar o que Martín-Barbero, Feixa e Figueras-Mas (2017) concluíram ao acompanhar um grupo de jovens em Gadalajara: a internet não os vicia, não os isola, nem os faz perder o sentido da realidade. Eles seguem frequentando os espaços sociais da cidade e preferindo estar acompanhados do que se isolarem no uso de seus dispositivos tecnológicos.

Os jovens que observamos quando usufruem sua moratória vital continuam exercendo suas experiências juvenis, valorizando o compartilhamento de momentos, práticas e emoções, enfatizado pela proximidade entre lugares e pessoas que o cenário urbano possibilita.

## REFERÊNCIAS

BONFIL BATALLA, G. (1990). **México profundo: una civilización negada**. México, DF: Grijalbo.

CARVALHAES, F. A. de O. (2015). A tipologia ocupacional Erikson-Goldthorpe-Portocarero (EGP): uma avaliação analítica e empírica. **Sociedade e Estado**, Brasília, 30(3), 673-703, set./dez. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922015.00030005>>. Acesso em: set. 2016.

CIMADEVILLA, G. & Carniglia, E. (2009). **Relatos sobre la ruralidad**. Río Cuarto: UNRC.

CIMADEVILLA, G. (2010). La cuestión urbana: apuntes para una entrada comunicacional. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 33(2), 73-85, jul./dez.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2017). **Classificação e caracterização dos espaços rurais e urbanos do Brasil: uma primeira aproximação**. Rio de Janeiro: IBGE. Coordenação de Geografia.

JACKS, N. et al. (2015). Pequeno relato de um grande esforço: “jovem e Consumo midiático em tempos de convergência”. **Revista Contemporânea**, Salvador, 13(1), 1-26, jan./abr.

JACKS, N. & Schmitz, D. (2016). Jovens brasileiros e convergência midiática: espiando o cenário nacional. In: Campanella, B. & Barros, C. (Org.). **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro. E-Papers.

MARGULIS, M.; URRESTI, M. (2008). La juventude es más que una palabra. In: MARGULIS, M. (Org.). **La juventud es más que una palabra: ensaios sobre cultura y juventud**. Buenos Aires: Biblos.

---

MARTÍN-BARBERO, J. (2004). **Ofício de cartógrafo:** Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola.

MARTÍN-BARBERO, J. (2010). Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural. Prólogo. **Revista Signo y Pensamiento**, Bogotá, 8(51), XXIX, 20-34, jul.-dec.

MARTÍN-BARBERO, J., Feixa, C., & Figueras-Mas, M. (Eds.). (2017). **Jóvenes... entre el Palimpsesto y el Hipertexto.** Barcelona: NED.

PAPPÁMIKAIL, L. (2012). Juventude(s), autonomia e sociologia: redefinindo conceitos transversais a partir do debate acerca das transições para a vida adulta. In:

DAYRELL, J. et al. (Orgs.). **Família, escola e juventude:** olhares cruzados Brasil-Portugal. Belo Horizonte: Editora UFMG, 372-393.